

UDC: 338.46;

## XİDMƏT SEKTORUNDA KEYFİYYƏT İDARƏ EDİLMƏSİNDƏ DAXİLİ MÜŞTƏRİ MƏMNUNİYYƏTİ

Ə.N. AŞIRALIYEV

Bakı Mühəndislik Universiteti

Keyfiyyət biznes baxımından əsas anlayışlardan biridir. Keyfiyyət idarəetməsində keyfiyyət müştəri tərəfindən müəyyən edilir. Müştəri məmnuniyyətini təmin etmənin yolu da daxili müştərini məmnun etməkdən keçir. İnsan faktoru rəqabətdə üstünlük təmin edən qaynaqların başında gəlməkdədir. Daxili müştəri məmnuniyyətini təmin edə bilmiş bir müəssisənin ümumi keyfiyyət rəhbərliyi təbiqlərində müvəffəqiyyətli olacağı deyilə bilər.

Məqalədə keyfiyyət və keyfiyyətlə bağlı anlayışlardan, keyfiyyət idarə etməsindən, daxili müştəri məmnuniyyətinin keyfiyyət idarəetməsində rolundan, müştəri məmnuniyyətini təmin etmək üçün daxili müştərini yəni işçiləri də məmnun etmənin vacibliyindən bəhs edilir.

*Açar sözlər:* keyfiyyət, keyfiyyət idarəetməsi, müştəri məmnuniyyəti, daxili müştəri.

Günümüzdə bütün sektorlarda keyfiyyətli məhsul və ya xidmət çıxarmaq gedərək daha da əhəmiyyətli hal almağa başlamışdır. Buna görə də keyfiyyətli məhsul və ya xidmət istehsalı müəssisələrin, şirkətlərin ən aktual, ən əhəmiyyətli işləri arasında iştirak etməkdədir.

Keyfiyyət son illərdə çox danışılan, əsasən müəssisələr üçün əhəmiyyətli bir ünsür halına gələn bir anlayışdır. Keyfiyyətlə əlaqəli təsvirlər araşdırıldığında müştəri tələblərinin ön planda olduğu görülməkdədir. Keyfiyyət idarəetmənin ən əsas hədəflərindən biri də müəssisənin fəaliyyətinin müştərilərin istək və tələbləri üzərində qurmaqla, onların məmnunluğunun təmin edilməsidir. Buna görə də müştərilərin istəkləri keyfiyyətin təsvirində hər zaman prioritetli bir rol oynayır.

Keyfiyyət rəqabət gücünü artıran faktorlar arasında ən ön sırada yer almaktadır. Müvəffəqiyyətli biznes dünyadakı son dəyişikliklərə uyğunlaşma göstərə bilmək üçün şərtsiz müştəri məmnuniyyəti, işçilərin iştirakı və davamlı inkişaf prinsipləri - nə əsaslanan ümumi keyfiyyət rəhbərliyinə, idarə etməsinə yönəlməkdədir.

Şirkətdə işləyən hər kəsin işini daha yaxşı yerinə yetirə bilməsi, davamlı yaxşılaşdırma bilməsi üçün keyfiyyətli idarəetmə vacibdir. İşçilərin motivasiya edilərək istənilən məqsəd istiqamətində işləmələrini təmin etmək vacibdir. İnsan faktoruna verilən dəyər artıqca səmərəlilik, istehsal və xidmət keyfiyyəti, işçilərin şirkətə bağlılığı artacaqdır.

### Keyfiyyət idarə edilməsində daxili müştəri məmnuniyyəti

Keyfiyyət, gözləntilərə uyğunluq, müştəri / istifadəçi məmnuniyyəti, uğurun davamlı inkişafı, oyadıcı çevredir. [1, s. 35.] Keyfiyyət son illərdə çox danışılan, əsasən müəssisələr üçün əhəmiyyətli bir ünsür halına gələn bir anlayışdır.

Müəssisə daxilində keyfiyyətin zamanət altına alınması bütün müəssisə şöbələrinin iştirakını və yaxşı təşkilatlanmış olmalarını tələb etməkdədir. Keyfiyyət idarəetməsinə daxil olan bu və buna bənzər keyfiyyətlə əlaqəli planlaşdırma, qiymətləndirmə və funksional sistemli tədbirlər keyfiyyət idarəetməsinin bir müəssisə üçün nə qədər vacib olduğunu göstərməkdədir. Keyfiyyət idarəetməsi, ümumi idarəetmə funksiyasının keyfiyyət siyasətini müəyyənləşdirən və tətbiq edən hissəsidir.

Keyfiyyət idarəetməsinin inkişafına baxdığımız zaman istehsal formalarının dəyişməsi ilə bağlı keyfiyyət idarəetmə prinsiplərinin də dəyişdiyi görülməkdədir. Bir neçə nəfərin işlədiyi sex tipli istehsalatdan sistemli istehsalata keçilməsi, dəyişikliklə məruz qalan keyfiyyət idarəetmə prinsipləri, müştərinin ön plana çıxdığı, məhsul çeşidinin çoxaldığı, rəqabətin artdığı günümüzdə daha geniş və sistemli hala gəlmişdir. Getdikcə ağırlaşan rəqabət şərtlərində, şirkətlər istər Ümumi Keyfiyyət İdarəetməsinə tətbiq etsin, istərsə də ISO 9000 Standartlarından hər hansı birinə sahib olsun, müvəffəqiyyət qazana bilmələri üçün keyfiyyət idarəetməsinə tətbiq edərkən əhəmiyyət vermələri vacib olan əsas prinsiplər vardır. Keyfiyyət idarəetməsinin əsasını meydana gətirən bu prinsipləri, hər bir şirkət mənsub olduğu sektora, böyüklüyünə, imkanlarına, bazarın vəziyyətinə və buna bənzər faktorlara görə müəssisəsinə uyğunlaşdıraraq, özünə ən mənasib keyfiyyət idarəetmə sistemini qurmalıdır. Başqa sözlə, bu əsas prinsiplər, bir şirkət daxilində keyfiyyət idarəetməsinin qurulmasına işıq tutacaq, yol göstərəcək faktorlardır.

Xidmət sektorunun bu gün ortaya çıxardığı mövcud xidmətlər inkişaf edərkən digər tərəfdən davamlı bir dəyişim içində ortaya çıxan ehtiyacları qarşılamaq məqsədiylə yeni xidmətlər ortaya qoyula bilər. Bu sahədə ortaya çıxan inkişafın əsl səbəbi,



insan və onun dinamizmidir. Statik və ya digər bir ifadəylə sabit olmayan bir quruluş, hər zaman yeni xidmət çeşidlərinə ehtiyac duyacaq. [2, s. 21]

Xidmət sektorunda xidmət marketinqi içində müştəriyə 3 səviyyədə maraq göstərilir: [3, s. 100]

Xidmət istehsalçısı olaraq müştərilər

Xidmətin istehsalçıları və istifadəçiləri olaraq digər müştərilər üzərindəki təsiri baxımından müştərilər

Ümumi müştəri məmnuniyyətini təmin etmək müştərilərin satış əvvəli və sonrası bütün ehtiyaclarını qarşılamaqdan keçir. Müştərilər bu ehtiyacların nələr olduğunu və hansı səviyyədə xidmət və keyfiyyətin qəbul edilə bilər olduğu mövzusunda ən səlahiyyətli şəxslərdir.

Müəssisə nəzdində reallaşan istehsal prosesində məhsul / xidmət alış-verişi edən müştərilərə daxili müştəri deyilir. Məhsul / xidmət istehsalında fəaliyyəti, məhsuldarlığı və xarici müştərilərini idarə edə bilmək prioritetli olaraq təsirli bir daxili müştəri - daxili təchizatçı tarazlığı təmin etməkdən keçir.

Ümumi Keyfiyyət idarə etməsində yalnız xarici müştərilərin deyil, bütün çalışanlardan ibarət olan daxili müştərilərin də ən üst səviyyədə məmnun edilməsi əsas götürülməlidir. [4, s. 419] Bunun üçün də keyfiyyət idarə etməsində işçilərin də işdə gördükləri işdən məmnun halda işləmələrini təmin etmək lazımdır. Müştərilərin məmnun edilməsi şirkət işçilərinin əlindədir. Ancaq əvvəlcə çalışanlar işini etməkdən xoşbəxt olmalıdır. İşini sevməyən, istəksiz edən bir adamın müştərini məmnun etmə ehtimalı zəifdir. [5, s. 91]

Daxili müştəri məmnuniyyəti çalışanın gördüyü iş, iş şəraitinə olan marağının nə qədər olması ilə əlaqədardır. Çalışanlar işin və iş şəraitinin öz şəxsi keyfiyyətlərinə uyğun olmasını istəyərlər. İşçinin ehtiyacları və sahib olduğu dəyər mühakimələri gör-

düyü işlə uyğun olduğu zaman ortaya çalışan məmnuniyyəti çıxacaqdır. Çalışanları motivasiya etmək məhsuldarlığın artmasına və yüksək keyfiyyətli hasilatın əldə olunmasına zəmin yarada bilər. Motivasiya olunmuş çalışanlar: Verilən tapşırığı yerinə yetirmək üçün həmişə daha qənaətbəxş yol axtarırlar. Daha keyfiyyət-yönlü olurlar (tapşırılan işi keyfiyyətli şəkildə yerinə yetirməyə çalışırlar). Daha yüksək məhsuldarlıq və səmərəliliklə çalışırlar.

### Nəticə

Sonda bu nəticəyə gəlmək olur ki keyfiyyət idarə edilməsində müştəri məmnuniyyəti əsas faktorlardan biridir. Müştəri məmnuniyyətini təmin etmənin yollarından biri də daxili müştəri məmnuniyyətidir. Yəni şirkət birinci öz daxili müştərilərin məmnun etməlidir ki bunun sayəsində işçilərdə yaxşı işləyərək, daha yaxşı çalışaraq işlərini yaxşı yerinə yetirsinlər. Bunun nəticəsində də şirkətin təklif etdiyi mal və xidmətlər keyfiyyətli şəkildə müştəriyə çatdırılsın.

Keyfiyyət idarə edilməsində daxili müştəri məmnuniyyətini təmin etmək üçün, işçilər öz bilik və bacarıqlarına uyğun işlərdə çalışmalıdırlar, gördükləri iş müqabilində ona uyğun bir əmək haqqı ilə təmin edilməlidirlər, iş gücünü artırmaq üçün onlara təmiz çalışma sahəsi yaradılmalıdır, iş yerində elə bir şərait yaradılmalıdır ki, işçilər sanki öz şirkətlərində işləyirlər kimi işləsinlər. Belə olduğu halda işçi işdə daha həvəs və səylə çalışacaqdır. İşçiyə verilən imkanlar və hüquqlar işçini təmin etməlidir. Şirkətdə təhsil və motivasiya fəaliyyətlərinin təşkili düzgün təşkil edilməlidir. Rəhbərlik vaxtaşırı olaraq işçilərə seminarlar keçməli, məlumatlar verməlidir. Bu işçidə özgüvənə və məsuliyyət hissini artırır və onlara varlığını hiss elətdirir.

## ƏDƏBİYYAT

1. Thomas J. Barry, Management Excellence, Though Quality, ASQC Quality Press, Milwaukee, Wisconsin, 1991.
2. Karahan, Kasım (2000), Hizmet Pazarlaması, 1. Basım, İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
3. Ayşe Sevgi, Öztürk, Hizmet Pazarlaması, Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, Eskişehir – 1998.
4. Vardarlılar. Cavit ve Durak Altınterim. "Orta Ölçekli Bir Sanayi Kuruluşunda Değişim Yönetimi". Ulusal Kalite Kongresi, Toplam Kalite Yönetimi ve Eğitimde Kalite, Özgeçmişle ve Tebliğler, (2. Kitap). İstanbul: TL SİADKALDER. – 1995.
5. Argun. Tanju. "Başarılı Müşteri Yaratmak" 1996.

### Качество услуг в области управления внутренней клиента

А. Н. Аширралиев

С точки зрения качества бизнеса является одной из основных концепций. Качество определяется клиентом управления качеством. Встроенные средства обеспечения удовлетворенности клиентов на удовлетворение потребностей клиентов идет. Человек является основным источником в других конкурентных источников. Можно сказать, что компании, которые могут поставлять внутреннее удовлетворение клиента может быть успешным при выполнении Общее управление качеством.

В статье по качеству и качества концепций, управление качеством в, внутреннее удовлетворение потребностей клиентов, управление качеством роль, для того, чтобы обеспечить удовлетворенность клиентов, внутренние клиенты о важности сотрудников удовлетворены.

**Ключевые слова:** качество, как управление качеством, удовлетворенности клиентов, внутренний клиент.

A. N Ashiraliyev

In terms of the quality of the business is one of the main concepts. Quality is determined by the customer quality management. Built-in way to ensure customer satisfaction to customer satisfaction goes. Human is the main source in other competitive sources. It can be said that companies which can supply internal customer satisfaction can be successful in carrying out Total Quality Management.

The article on quality and quality concepts, quality management from the internal customer satisfaction, quality management role, to ensure customer satisfaction, internal customers about the importance of the employees are satisfied.

**Key words:** quality, quality management, customer satisfaction, internal customer.

\_\_\_\_\_